

Werbung mit Kunden als Referenz zulässig?

Viele Unternehmen betreiben Werbung mit Kunden als Referenz. Sie soll beim angesprochenen Verkehr Vertrauen schaffen und Kompetenz vermitteln. Aber wie ist es, wenn Kunden eine solche Nennung als Referenzkunde nicht (mehr) wünschen oder gar nie Kunden waren? Das Landgericht Bielefeld hat hierzu geurteilt.

Eine "Profilerin", Vortragsrednerin, Autorin und Coach für Persönlichkeitsbildung warb auf dem Internetauftritt ihres Unternehmens mit Kundenreferenzen. Unter dem Link „References“ gelangte man innerhalb dieses Internetauftritts auf eine Seite, auf der eine Vielzahl von Unternehmen genannt wurden. Überschieden ist die Webseite mit „Kunden & Referenzen“ sowie folgendem Hinweis:

„Hier ein Auszug der Kunden, die mit Profiler [...] zusammenarbeiten und zusammengearbeitet haben. Mit mehr als einem Vierteljahrhundert Erfahrung in der Ermittlung und Unterstützung von Unternehmen, sind so einige Referenzen zusammengekommen. Natürlich schweigen wir standhaft über jedes Mandat im Profiling. Doch da sind ja noch all die anderen Aufträge für mich als Profiler, wenn es darum geht, Führungskräfte fit zu machen, mit Vorträgen zu begeistern oder aber auch intensiv zu coachen.“

Eines der dort genannten Unternehmen war ein deutscher Versicherungskonzern und zwei seiner Tochterunternehmen. Diese forderten die Profilerin auf, die Namen der eigenen Unternehmensgruppe auf ihrer Webseite zu entfernen.

Nachdem die Namen daraufhin zunächst entfernt wurden, wurden sie später jedoch wieder auf der Webseite genannt. In der Folge mahnte der Versicherungskonzern und dessen Tochterunternehmen die Profilerin ab.

Urteil zur Werbung mit Kunden als Referenz

Mit [Urteil vom 23.11.2021 - Az. 15 O 104/20](#) verurteilten die Bielefelder Landrichter die Profilerin für den Versicherungskonzern und eines der Tochterunternehmen auf Unterlassung. Bezüglich eines Tochterunternehmens wurde die Klage abgewiesen.

Dem Versicherungskonzern und einem der Tochterunternehmen stehe ein Anspruch wegen Verletzung des Unternehmenspersönlichkeitsrechts zu, da diese in ihrer Sozialsphäre betroffen seien. Zwar könne sich die Profilerin an bei der Werbung mit Kunden als Referenzen auf die

Berufsfreiheit berufen. Dies setze aber voraus, dass eine Zusammenarbeit in der Vergangenheit tatsächlich stattgefunden habe.

Nachdem die als Referenz genannten Unternehmen eine Zusammenarbeit verneinten, lag es an der Profilerin zu belegen, dass eine Zusammenarbeit stattgefunden habe. Dies gelang ihr für den Versicherungskonzern und eines der Tochterunternehmen nicht. Zum Verhängnis wurde der Profilerin wohl das die Zusammenarbeit bereits 13 Jahre zurücklag und somit keine Buchungs- und Rechnungsbelege mehr vorlagen.

Lediglich bezüglich einem der Tochterunternehmen konnte die Profilerin eine Zusammenarbeit nachweisen, weshalb gegenüber dieser Gesellschaft die Klage auch abgewiesen wurde. Daran ändert auch die Tatsache nichts, dass dieses Unternehmen mit dem "vielgestaltigen und in der Aufmachung womöglich kontrovers zu beurteilendem Leistungsangebot" der Profilerin nicht in Verbindung gebracht werden möchte. Auch könne dieses Tochterunternehmen sich mangels Wettbewerbsverhältnis auch nicht mit wettbewerbsrechtlichen Ansprüchen gegen die Nennung wehren.

Fazit

Das eine Werbung mit Referenzen nur zulässig ist, wenn diese auch Kunden waren ist klar. Wichtig ist, dass der Werbende die Kundenbeziehung im Streitfall auch beweisen können muss. Dies kann insbesondere bei länger zurückliegenden Tätigkeiten für den Kunden mit Schwierigkeiten verbunden sein. Jedenfalls dann, wenn keine Dokumentation mehr vorliegt.

Kann der Werbende die Kundenbeziehung aber belegen, wird eine bloße Werbung mit Kunden als Referenz regelmäßig zulässig sein, wenn es keine besonderen Umstände gibt die dagegen sprechen und die Referenz nicht über die bloße Nennung des Kundennamens hinausgeht.